
PEMAKNAAN TANDA SEMIOTIKA PADA IKLAN PENCARIAN KERJA JOBSTREET

Belia Mala Sari¹
Tuti Awaliyah²
Fairuz³

¹Prodi Magister Linguistik, Universitas Nasional, Jakarta

²Prodi Magister Linguistik, Universitas Nasional, Jakarta

³Prodi Magister Linguistik, Universitas Nasional, Jakarta

Beliamasa90@gmail.com¹, awaliyah.tuti46@gmail.com²

Beliamasa90@gmail.com¹, awaliyah.tuti46@gmail.com²

ABSTRAK

Iklan sebagai teks visual, memiliki kemampuan persuasif yang kuat untuk mempengaruhi persepsi dan perilaku audiens. Jobstreet, sebagai platform pencarian kerja terkemuka dan dapat diakses secara online, menggunakan berbagai strategi visual dan verbal dalam iklannya untuk menarik pencari kerja. Penelitian ini meneliti pemaknaan tanda semiotika pada iklan pencarian kerja Jobstreet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana ikon, indeks, dan simbol dikonstruksi dan diinterpretasikan dalam berbagai iklan jobstreet, serta bagaimana konstruksi tersebut memengaruhi pemaknaan iklan oleh pencari kerja. Teori Charles Sanders Pierce berupa Triangle of Meaning yaitu sign, object dan interpretant digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dan sumber data berupa beberapa iklan jobstreet digital, dengan memperhatikan elemen visual seperti gambar, tipografi, warna, serta elemen verbal berupa teks dan slogan. Hasil penelitian memperlihatkan aplikasi teori Triangle of Meaning memperkaya pemahaman tentang proses interpretasi iklan dan implikasinya bagi pencari kerja. Analisis terhadap ikon, indeks, dan simbol mengungkap adanya strategi komunikasi visual yang efektif dibalik setiap iklan yang mempengaruhi para pencari kerja. Iklan jobstreet berhasil membentuk persepsi dan perilaku pencari kerja.

Kata kunci : Ikon, Indeks, Jobstreet, Pierce, Simbol, Tanda.

ABSTRACT

Advertisements as visual texts have a strong persuasive ability to influence audience perceptions and behavior. Jobstreet, as a leading job search platform that can be accessed online, uses various visual and verbal strategies in its advertisements to attract job seekers. This study examines the meaning of semiotic signs in Jobstreet job search advertisements. The purpose of this study is to reveal how icons, indexes, and symbols are constructed and interpreted in various jobstreet advertisements, and how these constructions influence the meaning of advertisements by job seekers. Charles Sanders Pierce's theory of the Triangle of Meaning, namely sign, object and interpretant, is used in this study. The method used is a descriptive qualitative method, and the data sources are several digital jobstreet advertisements, paying attention to visual elements such as images, typography, color, and verbal elements in the form of text and slogans. The results of the study show that the application of the Triangle of Meaning theory enriches the understanding of the process of interpreting advertisements and its implications for job seekers. Analysis of icons, indexes, and symbols reveals an effective visual communication strategy behind each advertisement that influences job seekers. Jobstreet advertisements have succeeded in shaping the perceptions and behavior of job seekers.

Keywords: Icon, Index, Jobstreet, Pierce, Sign, Symbol.

PENDAHULUAN

Pada era digital sekarang, iklan menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita. Iklan merupakan media komunikasi yang digunakan masyarakat untuk memperkenalkan dan mempromosikan suatu produk, maupun hasil karya seseorang kepada masyarakat umum. Iklan mampu menstimulus dan memberikan kepercayaan penontonnya untuk membeli dan memakai produk yang dipromosikan di iklan tersebut. Kekuatan iklan mampu mempengaruhi penontonnya untuk mengikuti tren atau perilaku tertentu dan mendorong penonton untuk mempercayai serta ikut menikmati produk yang dipasarkan tersebut. Iklan dihadirkan melalui berbagai media, seperti televisi, radio, media cetak, baik berupa iklan luar ruangan (seperti baliho, poster, reklame, iklan di kendaraan umum), iklan media digital, maupun iklan di bioskop.

Menurut (Kasali, 1995) iklan merupakan salah satu media komunikatif guna menyampaikan pesan dari produsen kepada konsumen. Produsen tidak hanya memberikan informasi produk yang dipromosikan namun mampu mempengaruhi dan meyakinkan konsumen untuk tertarik membeli produk iklan tersebut. Sementara menurut Giacciadi dalam Ibrahim, iklan adalah acuan. Yakni iklan sebuah wacana tentang sebuah realitas yang menggambarkan, memproyeksikan dan mempengaruhi ke dunia mimpi yang hiper-realistik. Apa yang nampak di iklan tidak lebih dari ilusi belaka dan tidak mencerminkan realitas yang sesungguhnya. Tanda-tanda menceritakan iklan tidak bercerita bohong, namun juga tidak bercerita yang sebenarnya.

Iklan membentuk ideologi tentang makna keindahan, serta bentuk dari idealisme suatu model yang dijadikan sebagai sebuah acuan yang menginspirasi masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Giacciadi, iklan adalah acuan. Apa yang ditampilkan dalam iklan menjadi model acuan dalam perkembangan tren dan kebiasaan masyarakat. Model acuan dibangun berdasarkan sebuah idealisasi dan proses melebih-lebihkan. Model acuan menjadi inspirasi bagi masyarakat umum untuk menirukan dan memproyeksikan sesuai dengan

apa yang dikatakan, dicontohkan dan dilakukan dalam iklan. Iklan dapat membuat image dan persepsi masyarakat mengenai suatu hal menyangkut dengan alat yang diiklankan pada media massa tersebut. Sebagai salah satu contoh, iklan rokok kerap menggambarkan kejantanan, kegagahan dan maskulinitas. Akibat pencitraan yang terkandung dalam iklan rokok tersebut, menimbulkan banyak anak muda yang merokok setelah melihat iklan tersebut. Dapat dikatakan iklan tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat persuasif yang kuat untuk mempengaruhi konsumen.

Dalam dunia kerja, iklan memainkan peran sangat penting dalam menarik calon pekerja. Platform pencari kerja online seperti Jobstreet telah memanfaatkan kekuatan visual dan verbal dalam iklannya untuk menarik minat para pencari kerja. Jobstreet, sebagai salah satu platform pencari kerja terbesar, telah berhasil memposisikan dirinya sebagai rujukan bagi banyak pencari kerja. Keberhasilan Jobstreet ini tidak terlepas dari strategi komunikasi visual yang efektif dalam iklan-iklannya. Menarik untuk meneliti bagaimana iklan-iklan Jobstreet bekerja dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku pencari kerja?

Iklan di Indonesia banyak menggunakan model terkenal sebagai cara untuk memperkuat daya jual suatu produk dan menjadikan kekuatan agar iklan ini, diperhatikan dan digunakan oleh penonton. Kekuatan inilah yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu hingga diterima di masyarakat. Model iklan merupakan salah satu daya tarik dalam suatu iklan di masyarakat. Karena ada kategori-kategori yang tercipta secara tidak sadar dalam masyarakat membentuk ideologi masyarakat mengenai model iklan yang biasanya memiliki tubuh ideal, cantik, tampan, serta prestasi gemilang sehingga iklan tersebut dilihat oleh masyarakat. Tak jarang model iklan mampu merepresentasikan keindahan akan produk yang sedang diiklankan olehnya. Sehingga seorang model iklan disesuaikan dengan imajinasi penonton agar secara maksimal pesan dalam iklan dapat tersampaikan.

Pentingnya fungsi iklan dalam upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat akan sebuah produk, maka produsen menyediakan

anggaran khusus untuk melakukan kegiatan promosi termasuk membayar model iklan dalam mempromosikan produknya. Pentingnya kegiatan iklan ini menciptakan budaya massa dominan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari dan sebagai media menjual produk kepada konsumen. Iklan mengatur, mengorganisir dan mengendalikan makna ke dalam tanda-tanda yang dapat dimasukkan ke dalam produk. Dengan cara ini iklan menjadi sistem tanda komoditas produk yang diorganisir untuk dapat memberikan nilai mengenai makna produk tersebut.

Untuk menganalisis bagaimana iklan mempengaruhi persepsi dan perilaku pencari kerja, maka menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda-tanda dan makna yang terkandung di dalamnya. Teori Pierce yang mempelajari pertandaan dan segala hal yang berkaitan dengan tanda, didasarkan pada model triadik, yang terdiri dari tiga elemen utama, yaitu: tanda, objek dan interpretan. Dalam proses interpretasi tanda terdapat tiga element penting yakni, Representamen yang berarti tanda itu sendiri, Objek yang diwakili oleh tanda dan interpretan, yakni makna yang dihasilkan dari interpretasi tanda yang berupa tulisan, simbol dan gambar. Sedangkan menurut tanda-tanda membuat manusia berpikir yang bermanfaat bagi orang lain dan memberi makna terhadap apa yang ditampilkan oleh alam semesta. Dalam konteks iklan, tanda-tanda visual seperti gambar, warna, dan tipografi, serta tanda-tanda verbal seperti teks dan slogan, semuanya mengandung makna yang dapat diinterpretasikan oleh audiens. Dengan memahami bagaimana tanda-tanda ini dikonstruksi dan diinterpretasikan dalam iklan Jobstreet, kita dapat mengungkap strategi komunikasi visual yang digunakan oleh platform ini.

Warna sebagai tanda yang dapat diamati dan dimaknai, dan dijadikan sebagai suatu simbol atau dapat dijadikan sebagai suatu ciri khas dalam iklan tertentu sebagai penilai estetis dan dapat mempengaruhi kelakuan atau psikologis seseorang. Menurut Linschoten (dalam safitri) mengatakan warna bukan hanya suatu gejala yang dapat diamati saja, warna bisa

mempengaruhi kelakuan seseorang dan kadang memegang peranan penting dalam penilaian estetis sehingga turut mempengaruhi dalam menentukan suka atau tidaknya kita pada suatu benda. Warna memiliki dua jenis yaitu, warna primer (biru, merah, dan kuning), dan warna sekunder (pencampiran warna primer), dan dibagi atas 2 kategori yaitu, warna hangat dan warna dingin. Seperti warna biru yang masuk kedalam warna primer pada kategori warna dingin, dapat dimaknai sebagai keharmonisan, ketenangan dan mempunyai efek menenangkan, sedangkan warna merah muda adalah campuran dari warna sekunder yaitu merah dan putih, masuk ke dalam kategori warna dingin yang dimaknai dengan feminisme, kepedulian, kelembutan, cinta, ketegasan, dan keanggunan.

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini adalah penelitian (Hartono, 2019) yang berjudul "Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay's di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)". Senyum tidak hanya digunakan dalam bentuk kemasan namun dalam bentuk audio visual dalam sebuah iklan di televisi senyum tersebut divisualisasikan. Penelitian ini bertujuan mengetahui makna senyum dalam iklan Lay's di media televisi. Dengan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Teori yang digunakan adalah teori Charles Sanders Pierce yaitu objek, representamen dan interpretan. Hasil yang diperoleh adalah senyum merupakan keadaan yang setiap orang harus lakukan bagaimanapun kondisi dan keadaannya. Senyum merupakan sebuah tanda awal ketulusan yang ditampilkan dari raut wajah. Meski senyum terkadang ada yang dinilai palsu dan pura-pura akan tetapi hal tersebut merupakan salah satu cara untuk mendapatkan hubungan yang baik dengan orang lain.

Penelitian kedua dari dengan judul "Analisis Semiotik pada Iklan Baliho Bizhare "Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???" (Analisis Semiotika Charles S. Pierce). Penelitian ini menginterpretasikan makna yang terkandung dalam baliho Bizhare dengan tujuan meningkatkan kesadaran publik tentang investasi secara online yang bisa dilakukan di Bizhare. Penelitian menggunakan teori Pierce yang

mengklasifikasikan tanda menjadi tiga kelompok yaitu ikon, indeks dan simbol. Penelitian ini juga membahas elemen visual seperti gambar, warna, tulisan dan simbol yang tampil pada iklan baliho “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???” untuk mengetahui bagaimana tanda-tanda tersebut saling berinteraksi. Hasil temuan berupa barcode, gambar handphone, gambar uang, tagar #TransparanBikinAman, tagar #PatunganAja, slogan “Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???” dan warna ungu sebagai dasar poster. Meskipun memiliki kesamaan teori dalam menganalisis iklan, penelitian ini memiliki perbedaan pada data penelitian dan objek kajiannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Moleong, metode deskriptif kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Bagaimana aplikasi teori Triangle of Meaning oleh Pierce memperkaya pemahaman tentang proses interpretasi iklan dan implikasinya bagi pencari kerja dengan analisis terhadap ikon, indeks dan simbol guna mengungkapkan strategi komunikasi visual yang efektif bagi pencari kerja yang kemudian dipaparkan melalui penggunaan deskriptif kualitatif sebagai metode penelitian.

HASIL PENELITIAN



Data 1. Iklan Digital *Jobstreet* teks “Wujudkan #Next Million Jobs untuk Indonesia bersama *Jobstreet*”.

KATEGORI	TANDA
Representamen Objek	Simbol pria sukses bersama <i>Jobstreet</i> - Gambar - Tulisan - Warna
Interpretan	- Potret Reza Rahardian direpresentasikan sebagai pria sukses dan multitalent - Teks dalam tagar “wujudkan #next million jobs untuk Indonesia bersama <i>jobstreet</i> ” direpresentasikan <i>Jobstreet</i> menciptakan banyak peluang kerja - Warna biru merepresentasikan profesional dan kestabilan kerja - Warna merah muda merepresentasikan ceria, terbuka, modern dan dinamis



Data 2. Iklan Digital *Jobstreet* teks “Saatnya Beraksi Sebarakan 1 Juta Pekerjaan #Next Million Jobs untuk Indonesia bersama *Jobstreet*”.

KATEGORI	TANDA
Representamen Objek	Simbol Pemimpin bersama para perkerjanya - Gambar - Logo - Tulisan - Warna
Interpretan	- Potret Reza Rahardian terdapat direpresentasikan sebagai seorang pemimpin - Potret tiga pekerja dibelakang model utama direpresentasikan sebagai peran pendukung bagi pimpinan dalam perusahaan yang tidak mampu bekerja tanpa bantuan dari para perkerjanya - Gambar bulat pada logo <i>jobstreet</i> serupa bulan dalam siklus alam - Tanda panah pada logo <i>jobstreet</i> merepresentasikan arah, tujuan dan ambisi mencapai kesuksesan - Teks dalam tagar “saatnya beraksi sebarakan 1 juta #next million jobs untuk Indonesia bersama <i>jobstreet</i> ” direpresentasikan bahwa <i>jobstreet</i> menyiapkan lebih dari satu juta lowongan pekerjaan dengan beragam pekerjaan yang tersebar dalam platformnya - Slogan “Lamar hanya di platform aman & terpercaya” merepresentasikan bahwa <i>jobstreet</i> merupakan platform penyedia lowongan pekerjaan yang terjamin kualitas dan tanggung jawabnya dalam membantu calon pekerja untuk mendapatkan pekerjaan terbaiknya - Dominasi warna merah muda pada latar merepresentasikan sifat dinamis, terbuka, muda dan moderen <i>platform jobstreet</i> yang cocok untuk jiwa muda - Warna biru merepresentasikan profesionalisme dan tanggung jawab kerja



Data 3. Iklan Digital *Jobstreet* teks “Temukan Karir Sesuai Kekuatanmu”

KATEGORI	TANDA
Representamen	Simbol setiap orang berpotensi menjadi pemimpin
Objek	<ul style="list-style-type: none"> - Gambar - Logo - Tulisan - Warna
Interpretan	<ul style="list-style-type: none"> - Pria berkepala singa direpresentasikan seorang pria yang berambisi dan sungguh-sungguh bekerja layak mencapai puncak karir kepemimpinan - Potret lima audiens di depannya bertepuk tangan merepresentasikan penghargaan yang dicapai pria berkepala singa atas kerja kerasnya. - Gambar bulat pada logo <i>jobstreet</i> serupa bulan dalam siklus alam - Tanda panah pada logo <i>jobstreet</i> merepresentasikan arah, tujuan dan ambisi mencapai kesuksesan - Slogan “Pencocokan AI Jauh Lebih Baik” merepresentasikan platform <i>jobstreet</i> mengintegrasikan teknologi canggih dalam proses pencarian kerja sehingga memudahkan para pencari kerja agar menemukan pekerjaan yg sesuai dengan karakter dirinya. - Slogan “Temukan Karir Sesuai Kekuatanmu” merepresentasikan karir terbaik akan didapatkan sesuai dengan daya juang dan ketekunan masing-masing pekerja. - Dominasi warna biru pada latar gambar merepresentasikan sikap tanggung jawab, kestabilan kerja dan profesionalisme dalam bekerja. - Warna merah muda pada latar merepresentasikan sifat dinamis dan modern platform <i>jobstreet</i> yang berkembang menyesuaikan zaman dan teknologi kekinian.



Data 4. Iklan Digital *Jobstreet* teks “Komunitas *Jobstreet* Siap Dukung Karirmu”

KATEGORI	TANDA
Representamen	Simbol rintangan pencari kerja dalam menemukan karir terbaiknya
Objek	<ul style="list-style-type: none"> - Gambar - Logo - Tulisan - Warna
Interpretan	<ul style="list-style-type: none"> - Wanita tangguh berpakaian lengkap tinju sebagai ikon utama yang siap berlaga di pertandingan merepresentasikan kesetaraan gender dalam pekerjaan bahwa wanita juga bisa sukses dengan kegiatn dalam bekerja dan menjadi bintang. - Potret tiga pria pendukung di sekeliling wanita merepresentasikan dinamika sosial yang berinteraksi untuk membantu pencari kerja guna mencapai kesuksesan. - Teks “aku menghadapi tantangan besar dalam karir” merepresentasikan perjalanan karir tidak selalu berjalan mulus sehingga dibutuhkan kerja keras dan semangat tinggi untuk berjuang melewati segala ujian tersebut. - Slogan “komunitas <i>jobstreet</i> siap dukung karirmu” merepresentasikan komunitas <i>jobstreet</i> akan selalu membantu para pencari kerja dalam menemukan pekerjaan terbaiknya melalui platformnya. - Teks “ada tips hadapi krisis karir?” merepresentasikan <i>jobstreet</i> bukan hanya sebagai platform pencarian kerja namun juga sebagai wadah diskusi dan bertukar pikiran mengenai solusi terbaik dalam rintangan karir. - Warna biru pada latar gambar merepresentasikan sikap tanggung jawab, kestabilan kerja dan profesionalisme dalam bekerja. - Warna merah muda pada latar merepresentasikan sifat dinamis dan modern platform <i>jobstreet</i> yang berkembang menyesuaikan zaman.

PEMBAHASAN

A. Representamen Pada Iklan Digital *Jobstreet*

Pada iklan digital yang tertera pada data 1 menunjukkan seorang pria yang berpakaian rapi menggunakan setelan jas dengan dalaman putih yang terkesan elegan namun santai menjadi ikon dalam iklan digital *jobstreet*. Simbol kesuksesan dimaknai dengan kehadiran Reza Rahardian yang merupakan pria multitalenta yang sukses dalam bidang pekerjaan yang digelutinya diintegrasikan dengan kesuksesan yang bisa dicapai oleh para pencari kerja melalui platform *jobstreet*. Masih menggunakan Reza

Rahardian sebagai ikon utama, pada data 2 terdapat tiga orang yang berdiri di belakangnya memberikan simbol bahwa seorang pemimpin juga memerlukan pendukung dalam karirnya yakni para pekerjanya yang saling berkolaborasi dalam pekerjaan sehingga menghasilkan produk terbaik dalam bidang pekerjaannya. Representamen yang muncul pada data 2 menyeleraskan hubungan antara pemimpin dengan para pekerjanya yang saling berkolaborasi bukan hanya sebagai hubungan instruksional melainkan hubungan dinamis yang saling mendukung dengan tujuan utama mencapai kesuksesan bersama.

Singa seringkali digambarkan sebagai sosok raja hutan yang disegani dan ditakuti oleh penghuni hutan. Singa dijadikan simbol kepemimpinan yang otoritas serta berwibawa. Pada data 3 Ikon pria berdasi berkepala singa menggambarkan sifat juang singa yang berani dan tangguh hingga menjadi penguasa hutan menjadi simbol kepemimpinan yang dapat dimiliki oleh siapa saja pekerja yang bersungguh-sungguh dan bekerja keras. Sementara objek audiens yang bertepuk tangan dengan kekaguman memaknai penghargaan yang akan diterima oleh pencari kerja atas potensi dan keberaniannya dalam menghadapi rintangan pekerjaan sehingga dipandang sebagai individu yang berpotensi dan layak mendapatkan pengakuan masyarakat. Lalu pada data 4 terdapat ikon wanita yang menggunakan setelan lengkap pertandingan tinju yang siap berlaga di ring tinju memberikan simbol dalam dunia pekerjaan memiliki banyak rintangan dan tantangan yang pasti akan dihadapi oleh para pekerja dan kehadiran ketiga pria disekitar wanita tersebut merepresentamen dinamika sosial yang dalam dalam bidang pekerjaan baik rekan kerja maupun pihak perekrut yang saling berinteraksi dalam proses kerja dan seleksi kerja di tempat kerja mendukung para pencari kerja yang sedang berjuang mencapai karir impiannya.

B. Objek

Pada data 1 iklan digital jobstreet, Reza Rahardian menjadi simbol pria sukses. Ikon pekerja profesional pria dalam iklan digital jobstreet dimunculkan melalui Reza Rahardian

yang dikenal sebagai aktor multitalenta dan memiliki banyak prestasi membawa kesan kredibilitas dan kelas yang tinggi pada jobstreet yang mengasosiasikan jobstreet dengan pekerja yang memiliki kemampuan tinggi dan berkelas. Hal ini diperkuat tulisan dan tagar “wujudkan #next million jobs untuk Indonesia bersama jobstreet” sebagai indeks yang mengindikasikan bahwa jobstreet merupakan perusahaan besar yang mampu menyediakan jutaan pekerjaan bagi para pencari kerja Indonesia. Dan Penggunaan latar gradasi warna pink dan biru tua menambah kedalaman visual pada iklan digital jobstreet menjadikan desain lebih dinamis. Warna biru melambangkan kesan profesionalisme kerja dan kestabilan pekerjaan sementara warna pink memberi kesan modern dan ceria dari para pelamar kerja. Kombinasi kedua warna ini menyeimbangkan kesan profesionalisme namun modern dan ramah sehingga mampu menarik perhatian bagi semua kalangan. Iklan digital jobstreet secara keseluruhan menggabungkan elemen pria yang menggambarkan sosok pekerja profesional yang didukung dengan tagar teks yang tersedia di iklan melambangkan komitmen jobstreet dalam menyediakan peluang pekerjaan.

Selanjutnya pada data 2 iklan digital jobstreet, menunjukkan seorang pria berdiri paling depan dengan berpakaian rapi menggunakan setelan jas dengan dalaman putih namun bergaya kasual. Sementara tiga orang dibelakangan berpenampilan rapi dengan baju formal kerja bergaya dengan berbagai pose menjadi ikon dalam iklan digital jobstreet. Masih menggunakan tagar yang sama pada iklan digital sebelumnya, pada iklan digital ini menonjolkan tagar “next million jobs” sebagai indeks yang mengindikasikan bahwa platform jobstreet mampu menyediakan peluang kerja lebih dari satu juta lowongan pekerjaan bagi Indonesia. Selain itu slogan “Lamar hanya di platform aman & terpercaya” menunjukkan kualitas, komitmen serta kredibilitas jobstreet sebagai platform pencarian kerja yang aman dan terpercaya bagi para pencari kerja. Selanjutnya penggunaan indeks logo yang dimunculkan pada iklan dengan gambar bulat seperti bulan dengan tanda panah di dalamnya memberi gambaran ketenangan dan harapan yang diasosiasikan bulan dalam siklus

alam berkelanjutan. Sementara penggunaan tanda panah pada logo menggambarkan arah, tujuan dan ambisi yang ingin dicapai dalam perjalanan menuju kesuksesan. Dengan konsistensi yang sama penggunaan latar gradasi warna pink dan biru tua menunjukkan simbol professional dan dinamis. Namun penggunaan dominasi warna pink menggambarkan dunia kerja yang terbuka, dinamis dan modern.

Sementara pada iklan digital jobstreet pada data 3 yang tertera di atas menunjukkan ikon seorang pria berdasi dan berkepala singa yang gagah berdiri di depan banyak orang dengan berpakaian rapi menggunakan setelan jas dan dalaman putih sambil bergaya penuh semangat mengepalkan salah satu tangannya. Sementara didepannya terdapat lima orang sebagai audiens yang bertepuk tangan turut menjadi ikon dalam iklan digital di atas. Dengan menggunakan teks “temukan karir sesuai kekuatanmu” sebagai indeks yang mengindikasikan bahwa platform jobstreet mampu menyediakan peluang kerja yang beragam karakteristik perusahaan dan lowongan pekerjaan yang didalamnya dapat disesuaikan dengan prestasi dan kemampuan para pencari kerjanya. Selain itu teks “pencocokan ai jauh lebih baik” digambarkan bahwa serupa kecerdasan buatan (AI) yang merupakan teknologi canggih kekinian dalam dunia digital. Selanjutnya jobstreet masih konsisten menggunakan warna biru tua dan pink dalam iklan digitalnya, namun pada data 3 lebih menonjolkan sisi maskulinitasnya dengan dominasi warna biru sebagai simbol kekuatan, kestabilan dan kewibawaan guna menggambarkan profesionalisme dan ketegasan serta citra yang kuat.

Lalu pada iklan digital jobstreet pada data 4 menunjukkan ikon seorang wanita berparas cantik namun tegas dan tangguh menggunakan pakaian tinju lengkap dan siap berlaga di ring pertandingan tinju yang dikelilingi oleh tiga pria yang berada di sekitarnya. Hal ini menggambarkan ikon wanita tangguh, sukses dan mandiri sementara penggambaran ketiga pria disekitar wanita tersebut menggambarkan hubungan sosial dan professional kerja yang menandakan adanya interaksi kerja diantara mereka. Pada gambar terdapat indeks yang

berupa teks “aku, menghadapi tantangan besar dalam karir” menggambarkan kesulitan dan hambatan yang dialami oleh pencari kerja atau professional kerja ketika sedang mengembangkan karirnya. Hal ini disambut dengan teks pendukung “komunitas jobstreet siap dukung karirmu” merupakan wujud dukungan jobstreet terhadap pencari kerja untuk mendapatkan karir sesuai dengan impiannya dan mampu membantu para pencari kerja dalam menghadapi rintangan pekerjaan yang dihadapinya. Selain itu masih konsisten menggunakan gradasi seimbang warna biru tua dan pink dalam iklan digitalnya, jobstreet kali ini menonjolkan sisi makulinitasnya dengan dominasi warna biru sebagai simbol kekuatan dan ketangguhan namun terdapat warna pink yang menunjukkan simbol keterbukaan dan kemodernan jobstreet.

C. Interpretan

Pada data 1 iklan digital jobstreet, penggabungan unsur ikon model iklan digital jobstreet beserta elemen pendukung seperti tagar “wujudkan #next million jobs untuk Indonesia bersama jobstreet” dan permainan latar background yang bervariasi warnanya menggambarkan kesan jobstreet merupakan platform yang mampu menyediakan kesempatan bagi para pekerja berkualitas dan berkompetensi tinggi dengan peluang kerja tinggi, serius, professional, berkelas namun modern. Hal ini muncul dari gradasi warna pink dan biru tua yang menggambarkan kesan kestabilan, modern serta ramah bagi pencari kerja. Jobstreet dilambangkan sebagai platform yang seimbang dalam penggabungan elemen formal dan kasual dalam dunia pekerjaan sehingga mampu merepresentasikan bahwa jobstreet merupakan platform yang tak hanya mampu menyediakan pekerjaan dengan karir terbaik dan serius namun juga menyambut para pencari kerjanya dengan pendekatan yang ramah dan terbuka. Sehingga diharapkan semua orang dengan berbagai ragam kalangan mampu bersaing dan mewujudkan karir terbaik bersama dengan perusahaan yang modern dan berkelas.

Selanjutnya pada data 2 iklan digital jobstreet, kolaborasi ikon Reza Rahardian dan tiga model pendukung dibelakangnya beserta elemen

pendukung seperti teks dan tagar “saatnya bereaksi sebarakan 1 juta pekerjaan #next million jobs untuk Indonesia” serta gradasi latar background yang bervariasi warna biru dan dominasi warna pink cerah menggambarkan kesan jobstreet merupakan platform yang mampu menyediakan kesempatan bagi para pekerja berkualitas dan berkompotensi tinggi dengan peluang kerja tinggi dan mampu menghadirkan perusahaan yang ramah dan terbuka bagi para pencari kerja. Jobstreet dilambangkan sebagai platform yang seimbang dalam penggabungan elemen formal dan kasual dalam dunia pekerjaan yang direpresentasikan dari penggunaan pakaian yang digunakan oleh empat ikon dalam iklan digital jobstreet namun memiliki gestur yang santai dan terbuka. Sehingga menimbulkan kesan bahwa bekerja serius itu tidak harus kaku dan formal ada pula situasi santai yang harus diciptakan sehingga menimbulkan keselarasan kerja dan kenyamanan di tempat kerja. Hal ini didukung dengan dominasi warna pink yang melambangkan kesan kasual, terbuka dan modern sehingga jobstreet diindikasikan sebagai platform yang mendukung antara keseimbangan karir dan gaya hidup. Pekerja yang serius tetap bisa bekerja dengan penuh semangat dalam suasana kerja yang santai dan tidak terlalu formal. Hal ini didukung dengan penggunaan tagar “#wujudkan million jobs” yang bermakna jobstreet mampu mewujudkan impian para pencari kerja untuk menyediakan lowongan kerja sebanyak-banyaknya namun berkualitas dan modern.

Lalu pada data 3 iklan digital jobstreet, penyatuan ikon pria berpakaian formal dengan setelan jas dan berdasi namun berkepala singa beserta audiens yang menontonnya merupakan representasi semua pencari kerja memiliki kesempatan menjadi seorang pemimpin dan disegani dengan menggali potensi dan bakat yang dimilikinya. Ketekunan dan keuletan pekerja akan membuahkan hasil yakni prestasi yang patut diapresiasi. Sehingga jobstreet menggambarkan bahwa pencari kerja yang gigih dan berkomitmen pada tujuan karir mereka akan mendapat apresiasi dan penghargaan baik melalui platform jobstreet maupun perusahaan yang mereka lamar. Hal ini diperkuat dengan teks “temukan karir sesuai kekuatanmu” yang dimaknai kesuksesan dari

setiap pencari kerja ditentukan oleh apa yang mereka tujukan serta kesungguhan dalam bekerja. Dengan kata lain. Jobstreet tidak hanya memberikan peluang namun juga memberikan semangat serta motivasi kepada para pencari kerja untuk selalu berjuang, maju dan berhasil. Selain itu dengan menggunakan teknologi canggih serupa mesin pintar AI, Jobstreet merupakan platform yang inovatif yang mengintegrasikan teknologi terbaru untuk membuat proses pencarian kerja menjadi lebih mudah, efisien dan tepat sasaran. Sehingga memudahkan pencari kerja untuk menemukan karir impiannya.

Pada iklan digital jobstreet data 4, penggabungan elemen-elemen visual dan teks yang tercermin dalam pemilihan ikon wanita berpakaian tinju dan siap berlaga di arena pertandingan tinju beserta tiga pria di sekelilingnya dengan unsur teks yang mendukung gambar tersebut dalam iklan digital jobstreet merepresentasikan jobstreet memahami tantangan yang dihadapi oleh para pencari kerja dalam dunia pekerjaan yang diumpamakan dengan wanita yang siap bertarung di laga tinju. Hal ini bermakna dalam dunia kerja para pencari kerja harus siap berkompetisi, mampu mengatasi segala rintangan pekerjaan serta tantangan dalam dunia kerja professional. Sikap gigih dan tangguh diperlukan dalam menghadapi segala rintangan tersebut. Sementara sosok tiga pria yang berada disekeliling wanita tersebut merepresentasikan platform jobstreet dan perusahaan perekrut kerja yang siap membantuk para pekerja dalam menghadapi rintangan pekerjaan. Dengan diperkuat dengan pernyataan teks “aku siap menghadapi rintangan besar dalam karir” yang diumpamakan ungkapan hati para pencari kerja yang memiliki ambisi besar dalam karir yang kemudian kehadiran jobstreet mampu mendukung pencari kerja tersebut dengan diperkuat oleh teks “komunitas jobstreet siap dukung karirmu”. Hal ini merupakan janji dukungan dan bimbingan yang akan diberikan oleh platform jobstreet yang akan membantu pencari kerja dalam menghadapi rintangan hingga sampai ke tujuan karir mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Iklan digital jobstreet menggunakan harmonisasi kolaborasi antara ikon, indeks dan simbol dalam strategi komunikasi visual mengungkap bagaimana kecanggihan teknologi yang dimiliki oleh platform jobstreet mampu mengintegrasikan para pencari kerja dengan teknologi mesin pintar AI sebagai bagian dari layanan dalam platformnya. Sehingga jobstreet tidak hanya mempermudah pencari kerja dalam pencarian karir impian hingga mencapai kesuksesan namun juga dapat membantu menghadapi rintangan yang akan dihadapi oleh para pencari kerja ketika bertarung di dunia pekerjaan dalam keunggulan fitur komunitas jobstreet yang disediakan oleh platform tersebut. Selain itu pemaknaan tanda-tanda semiotika dalam teks dan slogan mempengaruhi persepsi dan perilaku pencari kerja yang mengungkapkan bahwa dalam dunia pekerjaan tidak selalu berjalan mulus sehingga akan selalu ada rintangan dan tantangan kerja. Selain itu jobstreet mendukung adanya kesetaraan gender bagi pekerja dengan penggabungan model pria dan wanita yang menjadi ikon utama dalam iklan digital jobstreet. Sehingga kesuksesan dan puncak kepemimpinan tidak hanya dimiliki oleh kaum pria namun wanita yang gigih pun bisa mencapai puncak karir terbaiknya. Selain itu perpaduan tipografi warna yang konsisten dalam penggunaan warna biru dan merah muda menggambarkan keselarasan antara sikap profesionalisme kerja yang dinamis dan modern dalam dunia kerja yang digambarkan oleh jobstreet. Strategi visual digunakan jobstreet berupa penggunaan warna, tipografi, gambar, teks, serta logo dalam iklan digitalnya bekerja secara sinergis untuk menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan yang jelas dan mendorong tindakan para pencari kerja untuk menggunakan platform jobstreet sebagai platform pencarian kerja yang mudah, aman, profesional dan modern.

Banyak objek kajian dalam penelitian ini yang mungkin dapat dikaji lebih jauh oleh peneliti selanjutnya baik dalam penggunaan eksplorasi warna dan tipografi dalam meningkatkan kepercayaan audiens terhadap jobstreet serta penjabaran bentuk komunikasi visual maupun pengaruh interaktivitas iklan

digital terhadap daya tarik audiens. Hal ini diharapkan dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya guna mengungkap fenomena bagaimana strategi visual iklan digital jobstreet menggabungkan elemen gambar, warna, tipografi serta gambar mengungkap kesetaraan gender dan kemajuan teknologi yang dipersuasikan platform jobstreet dalam iklan digitalnya sehingga memperkaya penelitian bidang semiotika.

Daftar Pustaka

- Hartono, D. ., & Sugalih, A. 2019. "Makna Simbol Senyum Pada Iklan Lay's Di Televisi (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)." *PERSPEKTIF Komunikasi* 3(1):39–49.
- Ibrahim, Subandy, Hanif. 1998. *Wanita Dan Media Konstruksi Ideologi Gender Dalam Ruang Publik Orde Baru*. Bandung: PT Rosdakarya.
- Kasali, R. 1995. *Manajemen Periklanan, Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Moleong, J. Lexy. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Piliang, Y. A. 2010. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Putri, A. S. ., Danita, A. ., Putri, A. ., & Syalwa, A. 2023. "Analisis Semiotik Pada Iklan Baliho Bizhare 'Yakin Mau Kerja Seumur Hidup???' (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)." *Jurnal of Digital Communication Science* 1(2):67–77.
- Rogers, M. F. 1998. *Barbie Culture*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Safitri A., Salsabila. 2021. *Teori Warna*. Serang: anyflip.com.
- Sosrohadi, Somadi. 2024. *Semiotika Konstruksi Mitos Dan Ideologi Dalam Iklan*. Depok: Rajawali press.